mediametrie

mediametrie // NetRatings

Levallois, le 28 avril 2011

COMMUNIQUE DE PRESSE

ETUDE DE REFERENCE

L'audience de l'Internet mobile en France
3ème vague de résultats
Janvier-mars 2011

Source : Médiamétrie - janvier - février - mars 2011 - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Médiamétrie publie la 3ème vague de résultats d'audience des sites, portails et applications consultés à partir d'un téléphone mobile en France.

Au premier trimestre 2011, 16,1 millions de personnes se sont connectées à l'internet mobile au cours du dernier mois(1), en progression de 27% par rapport à 1 an plus tôt. Ce sont désormais 37% des utilisateurs de téléphone mobile qui se connectent à des sites, portails ou applications mobiles. Cette pratique est en partie portée par la poursuite de l'augmentation du nombre de smartphones : près d'1 utilisateur de téléphone mobile sur 3 (31,4%) en possède un, soit 3 fois plus qu'il y a 2 ans.

Au 1er trimestre 2011, 94,1% des mobinautes ont ainsi consulté au moins un site ou un portail mobile à partir de leur téléphone, et 48,5% des mobinautes ont consulté au moins une application mobile à partir de leur smartphone.

Top 20 des Groupes (3)

Rang	Parent (groupe)	Visiteurs uniques (4) au 1er trimestre 2011
1	Google	12 196 354
2	Facebook	11 105 685
3	France Telecom - Orange	9 823 537
4	SFR	7 537 711
5	Apple Computer	5 467 685
6	Bouygues – Bouygues Telecom	5 089 445
7	Microsoft	4 740 672
8	Pages Jaunes Groupe	4 670 323
9	Twitter	4 664 100
10	Groupe Lagardère	4 234 334
11	Wikimedia Foundation	4 224 897
12	Yahoo!	3 616 916
13	Benchmark Group	3 325 599
14	Groupe TF1	3 306 474
15	Bertelsmann	2 734 019
16	Dailymotion	2 691 304
17	Groupe Amaury	2 623 738
18	Groupe Figaro	2 613 076
19	Allocine	2 506 156
20	Iliad	2 473 623

Top 20 des Marques [5]

Rang	Brand (marque)	Visiteurs uniques [4] au 1er trimestre 2011
1	Google	11 515 288
2	Facebook	11 105 685
3	Orange	9 248 101
4	YouTube	7 889 549
5	SFR	7 500 479
6	iTunes	5 256 821
7	Bouygues Telecom	5 077 680
8	Twitter.com	4 664 094
9	Wikipedia	4 185 468
10	Apple	4 024 833
11	Pages Jaunes	3 873 288
12	MSN/Windows Live	3 677 298
13	Mappy	3 209 565
14	Yahoo!	2 899 129
15	Dailymotion	2 691 304
16	AlloCine	2 505 891
17	Game Center	2 464 191
18	Leboncoin.fr	2 259 685
19	L Internaute Magazine	2 149 047
20	Free	2 144 700

Les résultats du 1er trimestre 2011 portent sur **6518 marques** et **746 applications mobiles** (soit 205 supplémentaires par rapport au 4ème trimestre 2010). Le périmètre d'intégration se renforcera à chaque publication avec en particulier l'apparition de nouveaux sites et une prise en compte encore plus exhaustive des applications mobiles.

Méthodologie de la mesure

La mesure d'audience de l'internet mobile est fondée sur une méthodologie innovante : elle associe la collecte exhaustive et anonymisée des connexions des téléphones mobiles sur les réseaux des 3 opérateurs (Bouygues Télécom, Orange et SFR) et sur un panel représentatif de mobinautes permettant de qualifier le profil des visiteurs des sites et applications mesurés. Cette solution hybride permet d'allier exhaustivité, précision et ciblage publicitaire.

Cette mesure de référence a été élaborée conjointement par l'AFMM (Association Française du Multimédia Mobile), les opérateurs mobiles (Bouygues Telecom, Orange, SFR), Médiamétrie et l'ensemble des acteurs du marché publicitaire (UDA, UDECAM, Geste, SRI, MMA, Acsel). Les résultats d'audience sont établis sur une période trimestrielle.

mediametrie

mediametrie // NetRatings

Périmètre de la mesure

La nouvelle mesure d'audience de l'Internet Mobile intègre les usages réalisés à partir d'un téléphone mobile via un réseau de communication mobile (GPRS / UMTS). Les autres équipements permettant de se connecter à internet en mobilité (iPod Touch, iPad, Tablette PC, etc.) sont exclus de la mesure. L'étude couvre l'audience des sites Internet adaptés au mobile ou non et des applications mobiles communicantes (connectées au réseau de l'opérateur). La mesure prend en compte tous les utilisateurs de l'internet mobile, clients des opérateurs télécoms français, quelle que soit leur localisation.

Pour des raisons de confidentialité ou de contrainte technique, les usages suivants sont à ce jour exclus de la mesure : navigation à partir de téléphones RIM/Blackberry, navigation en https (pages sécurisées sur les messageries par exemple), navigation à partir du navigateur Opéra, clients des opérateurs virtuels (MVNO).

Les connexions réalisées en wifi (hors réseau des opérateurs télécom) seront prises en compte courant 2011.

Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings publient **un guide** pour tout savoir sur la nouvelle mesure d'audience de l'Internet Mobile. Ce guide est téléchargeable en accès libre sur le site de Médiamétrie (www.mediametrie.fr). Pour télécharger le guide cliquer ici.

*** DEFINITIONS**

(1) Mobinautes Dernier Mois : individus ayant effectué au cours du dernier mois au moins une des activités suivantes depuis un téléphone mobile : - consulter un site ou une application mobile, consulter ou envoyer des e-mails, utiliser une messagerie instantanée, regarder la télévision sur un téléphone mobile.

(2) Source : Téléphonie et Services Mobiles / Mobile Consumer Insight – 1er trimestre 2011

(3) Groupe ou Parent : le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisé que dans un seul Parent. Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des urls) qui lui sont rattachées.

(4) Visiteurs Uniques : nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site ou une application mobile au moins une fois pour la période concernée. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site ou la même application mobile) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois, excepté quand ils disposent de plusieurs téléphones distincts pour surfer sur l'Internet mobile.

(5) Marque ou Brand : Une brand est un agrégat de domaines, de sous domaines, pages et/ou applications identifiés, de façon cohérente et homogène, comme appartenant à une même marque

A propos de Médiamétrie et Médiamétrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias.
Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Plus d'informations sur www.mediametrie.fr

Contacts Presse :

Laure Osmanian Molinero
Tél.: 01 47 58 97 55
losmanian@mediametrie.fr

Nelly Dubner
Tél.: 01 47 58 97 26
ndubner@mediametrie.fr